



Mi Universidad

Nombre del Alumno: Fátima Guadalupe Aguilar Vázquez

Nombre del tema: Asertividad, Concisión Y Coherencia Entre Imagen Personal Y Profesional

Parcial: Tercero

Nombre de la Materia: Proyección Profesional

Nombre del profesor: Víctor Antonio Gonzales Salas

Nombre de la Licenciatura: Nutrición

Cuatrimestre: Octavo

REPORTE DE LECTURA

Asertividad es la habilidad para expresar tus opiniones sin vulnerar los derechos de los demás. Es una comunicación directa, abierta y honesta que es auto afirmativa y expresiva. Actuar asertivamente te permitirá sentirte con confianza y generalmente te hará ganar el respeto entre tus pares y amigos. Ser asertivo puede permitirte lograr relaciones honestas, ayudar a sentirte mejor y tener un mayor autocontrol en las situaciones del día a día. Esto, en resumen, mejorará tu habilidad en la toma de decisiones y posiblemente aumentará las opciones de lograr lo que realmente quieres en la vida. “Asertividad básicamente significa la habilidad de expresar tus sentimientos de una manera que claramente declare tus necesidades y mantenga un hilo de comunicación abierto con el otro” (The Wellness Workbook, Ryan and Travis). Sin embargo, antes de poder expresar tus necesidades cómodamente, debes creer que tienes el legítimo derecho de poseer esas necesidades. Ten en mente que tú tienes los siguientes derechos:

- El derecho a decidir cómo dirigir tu vida. Esto incluye perseguir tus propios objetivos y sueños y establecer tus propias prioridades.
- El derecho de tener tus propios valores, creencias, opiniones y emociones, y el derecho a respetarte a ti frente a los demás.
- El derecho a expresarte y decir, “No,” “No lo sé”, “No entiendo,” o incluso “No me importa”. Tienes el derecho de tomarte el tiempo que necesites para formular tus ideas antes de expresarlas.

Ser asertivo/a es una de las cualidades más importantes de saber transmitir personal y profesionalmente en los distintos ambientes profesionales: trabajar en grupo, establecer lazos interpersonales y comunicar en distintos tipos de audiencia. Toda habilidad requiere conocimientos, práctica y aptitud.

Concisión es un aspecto relevante de la escritura narrativa en tanto constituye un atributo inseparable de su esencia. Pues, aunque la frase está bien, tanto en la redacción como en la exposición, eso no es concisión. La concisión, combinada con la simplicidad y la aproximación a los rasgos propios de la oralidad, contribuyen a la claridad del texto. No hay que confundirse. La escritura literaria no es aquella que retuerce las frases con conceptos normalmente abstractos que parecieran aportar profundidad al texto. Eso puede ser escribir bien, porque está claro que requiere cierto dominio del lenguaje, pero nunca será escritura literaria. Por ejemplo: “El juez le pidió al acusado que fuera conciso y que se limitase a responder aquello que se le estaba preguntando”, “El escritor fue aplaudido tras un discurso conciso en el que no dejó ningún cabo suelto”, “Gómez, sea más conciso con sus respuestas, por favor”. En el ámbito de las letras existe un concepto que se conoce como economía lingüística, aunque algunos literatos prefieren el de ahorro lingüístico. Esta noción se utiliza para referirse a aquellos textos de carácter conciso, donde se dice mucho con pocas palabras. De acuerdo a la teoría del ahorro lingüístico, todo enunciado debe intentar ofrecer la mayor cantidad de información utilizando la menor cantidad de palabras posible, sustentándose en lo que se encuentra presente en el contexto, lo que ayudaría a alcanzar un significado pleno del mensaje.

El principio de coherencia es el que hace que actuemos de forma consistente de acuerdo con nuestra forma de pensar o de nuestros actos previos, aunque esto signifique ir en contra de nuestro interés personal. Este principio también se denomina principio de compromiso o consistencia. Mantener la coherencia entre su marca profesional y su carrera es crucial para construir una carrera exitosa y satisfactoria. Un aspecto de esta coherencia es garantizar que su marca personal refleje la cultura de la empresa para la que trabaja. Esto es importante porque ayuda a establecer un sentido de coherencia y alineación entre su marca personal y la marca de la empresa. Tu marca personal no solo debe reflejar tus propios valores y creencias, sino también los de la organización que representas. Esto ayudará a generar confianza con sus colegas y clientes al crear una sensación de autenticidad y confiabilidad. Además, tener una marca personal que se alinee con la cultura de la empresa también puede ayudar a atraer a personas con ideas afines a su red, lo que genera más oportunidades de crecimiento y desarrollo dentro de su carrera. En última instancia, incorporar los valores y la cultura de su empresa en su marca personal es un paso esencial para crear una carrera exitosa y satisfactoria.

la imagen real, que ayudará a saber en dónde estás. El segundo es la imagen ideal, que viene a decirte a dónde te gustaría llegar y qué te hace falta para lograrlo, La imagen real es nuestra imagen actual con todo lo bueno y lo malo que puedas considerar. En cambio, la imagen ideal es la imagen que a ti te gustaría proyectar, aquellos cambios que te gustaría hacer. ejemplo: Digamos que a mí me encanta el estilo de la Kim Kardashian y cada vez que la veo pienso que me gusta mucho como se viste y su ropa. Si yo analizo las actividades diarias que tengo en mi vida, me percató de que por mucho que me guste el estilo de Kim, yo no tengo instancias de usar ropa tan ajustada y sensual como ella. Por lo tanto, me doy cuenta de que esa idea de imagen que yo tenía en mi cabeza, no funcionaría para mí. También puede ocurrir que entre estos 2 conceptos no haya mucha diferencia, más que nada solo hacer algunos ajustes para definir mejor tu estilo y estilizar tu cuerpo. Por lo tanto, tu meta no está tan lejana a tu realidad.

- Se auténtica y sincera contigo: Busca tu estilo en base a tus reales preferencias y personalidad, no hace falta imitar el estilo de otra persona. Cuando mejor te ves y te sientes es cuando tu imagen y personalidad están en coherencia y envían un solo mensaje a los demás: tu esencia.**
- Considera tus actividades diarias: Definir qué actividades realizas a diario te ayudará a darte una idea de cómo debe ser tu estilo y si lo que estás pensando como imagen ideal, se adecúa a tu forma de vida.**
- Avanza de un punto a otro, no te paralices: Si ya sabes que estás en el punto “A” y quieres llegar al “B”, evalúa los recursos y oportunidades que tienes. De seguro encontrarás la forma o el medio de acercarte a tu objetivo.**
- No seas tan dura contigo: Los errores o tropiezos siempre van a estar ahí. Solo debemos tener paciencia, aprender de ellos y seguir adelante. ¡No te castigues o auto flageles más de la cuenta! Piensa en lo que aprendiste y cómo puedes hacerlo la próxima vez.**
- Ninguna imagen es mala: Ambas se complementan y te hacen quien eres. Aprender que ninguna sobrepase a la otra o a ti es la clave.**

En el campo de la imagen pública, una de las imágenes subordinadas que intervienen en la regulación del comportamiento de las personas cuya conducta define el significado de las diferentes relaciones institucionales, es la imagen profesional; ésta permite evaluar la calidad simbólica de los vínculos que establece la persona con los públicos internos, externos o comerciales. Podemos definir la imagen profesional como la percepción que se tiene de una persona o una institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del desempeño de su actividad profesional.